PRODUK TULISAN JURNALISTIK

1. Berita

Unsur berita 5W+1H:

- *What* – Apa yang terjadi
- *Who* – Siapa pelaku atau orang yang terlibat dalam kejadian itu
- *Why* – Kenapa hal itu terjadi
- *When* – Kapan kejadiannya
- *Where* – Di mana terjadinya
- *How* -Bagaimana proses kejadiannya.

Jenis-jenis berita yang dikenal di dunia jurnalistik antara lain:

- Berita langsung (*straight news*)
- Berita mendalam (*depth news*)
- Berita opini (*opinion news*)
- Berita foto.

Struktur tulisan berita terdiri dari:

- Judul (*head, headline*)
- Baris tanggal (*dateline*)
- Baris penulis/wartawa/editor (byline)
- Teras berita (*lead*)
- Isi berita (*body*).

2. Opini

Jenis-jenis artikel opini di media massa terdiri dari:

- Artikel (*article*) – Tulisan yang dibuat pembaca atau masyarakat umum.
- Kolom (*column*) – Tulisan opini yang dibuat oleh pakar atau yang ahli di bidang tertentu.
- Tajuk rencana – Tulisan opini yang dibuat redaksi media. Disebut juga "editorial".
- Surat pembaca (*letter to the editor*) – Tulisan berbentuk surat yang dibuat pembaca.
- Karikatur – Gambar yang mengekspresikan opini.
- Pojok – Kalimat berisi sindiran atau humor tentang isu aktual.

Struktur umum tulisan opini:

- Judul (*head, title*)
- Nama penulis (*by line*)
- Pembuka (*opening*)
- Pengait (*bridge*)
- Isi (*body*) atau bahasan.
- dan penutup (*closing*).

3. Kolom

Di media cetak, kolom (*column*) biasanya menjadi nama rubrik khusus yang berisi tulisan opini para pakar berupa tulisan ringas tentang suatu masalah. Karenanya, kolom disebut juga “opini pakar”.

5. Feature

6. Resensi

4. Tajuk Rencana

Tajuk rencana disebut juga “opini redaksi” karena berisi pandangan atau penilaian redaksi sebuah media tentang suatu peristiwa atau masalah.

7. Esai

Dalam konteks jurnalistik, esai adalah tulisan pendek yang biasanya berisi pandangan penulis tentang subjek tertentu.

8. Tulisan Ilmiah Populer

PRODUK TULISAN PR

1. Siaran Pers

- Siaran pers (*press release, release press*, rilis) adalah naskah berita untuk dipublikasikan di media massa. Rilis sering disebut naskah berita yang dibuat oleh Humas lembaga.
- Dari segi isi, siaran pers terdiri dari dua:
- Basic Press Release (Basic Publicity Release) — berbagai informasi yang memiliki berbagai nilai berita.
- Product Release — informasi produk khusus, jasa, atau layanan.
- Financial Release — laporan keuangan untuk pemegang saham atau investor

2. Surat Pembaca

- Surat Pembaca (*Letter to Editor*) mirip siaran pers, terutama dalam hal teknis penulisan dan pengiriman. Yang membedakan adalah dalam hal isi dan tujuannya.
- Isi dan tujuan surat pembaca biasanya merupakan tanggapan, sanggahan, klarifikasi, atau penggunaan Hak Jawab dan Hak Koreksi atas informasi yang dinilai salah dan merugikan di sebuah media.

3. Advertorial

- Advertorial singkatan dari Advertising (Periklanan) dan Editorial (Tajuk Rencana/Opini Redaksi).
- Advertorial –disebut juga pariwara– merupakan gabungan antara promosi dan opini mengenai produk, jasa, atau layanan.
- Bentuk tulisannya bisa berupa berita, feature, atau artikel. Advertorial sering disebut iklan dalam bentuk pemberitaan atau tulisan panjang.

4. Naskah Pidato

5. Selebaran (Prospektus)

- Selebaran yang desain dan isinya dibuat Humas antara lain:
- **Leaflet** — selebaran satu lembar tidak dilipat.
- **Folder** — selebaran yang terdiri dari sejumlah halaman dilipat, dapat dimasukkan kedalam amplop atau mudah dibawa dalam saku.
- **Brochures** (Booklets) — selebaran berbentuk buku kecil, dijepit atau dijahit, biasanya satu halaman kertas yang terlipat dua atau lebih.
- **Poster** atau Broadsheet — jenis lain folder, tidak dilipat, ukurannya mirip halaman suratkabar.
- **Catalogues** –Brosur berisi produk, jasa, atau layanan.
- **Press Kitt** / Media Kitt — Kumpulan selebaran yang dimasukkan ke dalam sebuah map atau tas yang dibagikan dalam kegiatan konferensi pers, seminar, soft atau grand opening, dll.

6. Media Internal

- **Newsletter —** secara harfiyah artinya “laporan berkala” atau “surat berita”. Merupakan media informasi dan komunikasi internal sebuah lembaga, biasanya terdiri dari dua hingga delapan lembar kertas kwarto atau folio, tanpa cover seperti majalah atau buku. Isinya bervariasi mirip majalah, misalnya agenda dan berita kegiatan, artikel, feature, gambar, dsb.
- **Inhouse Magazine —** majalah internal sebuah lembaga/perusahaan. Desain atau tampilan dan rubrikasinya seperti majalah umum/komersil, namun isinya tentang informasi seputar internal lembaga.

7. Website & Media Sosial

KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN,
RISET, DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS BENGKULU
PPID UNIVERSITAS BENGKULU
Jalan WR. Supratman Kandang Limun Bengkulu 38371 A
Telepon (0736) 21170, 21884 Faksimile (0736) 22105
Laman : www.unib.ac.id e-mail : rektorat@unib.ac.id

Press Release
BAKTI SOSIAL DIES NATALIS UNIB KE 4
OPERASI BIBIR SUMBING DAN LANGIT-LANGIT
25 Maret 2022

Hari ini, Jumat, Tanggal 25 Maret 2022, berlokasi di Bengkulu, Universitas Bengkulu melaksanakan bakti sosial operasi bibir sumbing dan langit-langit. Kegiatan ini merupakan kerjasama antara Universitas Bengkulu, Polda Bengkulu dan Smile Train. Pelaksaan kegiatan ini di laksanakan di uda tempat, untuk pembukaan secara resmi di laksanakan Ruang Rapat Utama, Rektorat Universitas Bengkulu sedangkan kegiatan pelaksanaan operasi bibir sumbing dan langit-langit dilakukan di Rumah Sakit Bhayangkara. Kegiatan operasi bibir sumbing dan langit-langit ini sendiri diikuti oleh 32 orang, dimana dari usia termuda 3 bulan sampai 29 tahun.

Adapun asal peserta operasi bibir sumbing dan langit-langit yaitu dari Kota Bengkulu berjumlah 8 orang, Kabupaten Bengkulu Tengah berjumlah 3 orang, dari Kabupaten Bengkulu Utara berjumlah 4 orang, Kabupaten Seluma berjumlah 8 orang, Rejang Lebong berjumlah 3 orang, Lebong berjumlah 2 orang, Kabupaten Kaur berjumlah 2 orang, dari Muko-Muko 1 orang dan Kabupaten Musi Rawas berjumlah 1 orang.

Smile Train merupakan badan amal internasional untuk anak-anak yang memberikan operasi perbaikan sumbing 100% gratis serta perawatan sumbing komprehensif kepada anak-anak di lebih dari 85 negara dengan satu tujuan yaitu memberikan kesempatan pada setiap anak untuk tersenyum. Tim Smile Train terdiri dari 12 orang yang berasal dari berbagai institusi kseahatan di Indonesia, Adapun Tim Smile Train yaitu dr. Nanda Febry SpBP-RE, dr. Agus Santoso Budi SpBP-RE (K), Teguh Soholikin Skep.Ners, Bhinar Mentari Putri Amd.Kep, Kurniawan Ariestono Amd, dr Alex Perkasa Hendropriyono, dr. Zulkarnen, SP.AN, Irina Josephine, dr. Fanny Evasari, dr. Arif Ikhwandi Sp.An, dr. Bayu Fasi Bermani Sp.BP dan dr. Aldrich Alexander Afeli Tungga.

Kegiatan pembukaan acara operasi bibir sumbing dan langit-langit dihadiri oleh Rektor Universitas Bengkulu, Polda Bengkulu, Forkopimda Provinsi, Tim Smile Train, Para Wakil Rektor UNIB, Dekan se Lingkup UNIB, Ketua Lembaga dan Kepala UPT UNIB, Kepala Biro USD dan PPK, Kepala RS Bhayangkara, Kabid Dokkes, Bhayangkari serta DWP Universitas Bengkulu.

Dr. Retno Agustina Ekaputri, S.E., M.Sc selaku Rektor Universitas Bengkulu dalam arahanya menyatakan bahwa kegiatan ini merupakan bentuk promosi dan sosialisasi kegiatan pengabdian Universitas Bengkulu khususnya dalam rangka memeriahkan Dies Natalis Universitas Bengkulu ke 40 dan kegiatan ini melibatkan seluruh seluruh sivitas akademika Universitas Bengkulu dalam melaksanakan tri dharma Perguruan tinggi termasuk kegiatan pengabdian operasi bibir sumbing dan langit-langit sehingga memberikan pengalaman bagi dosen dan mahasiswa Fakultas Kedokteran dan Ilmu Kesehatan (FKIK).

PPID Pelaksana Universitas Bengkulu
Media Contact:
ppid@unib.ac.id dan intagram: uniboofficial

SUNDANCE FILM FESTIVAL 2013

FOR IMMEDIATE RELEASE
November 28, 2012

Media Contact:
Casey De La Rosa
310.360.1981

2013 SUNDANCE FILM FESTIVAL ANNOUNCES FILMS IN U.S. AND WORLD COMPETITIONS, NEXT <=>

Park City, UT — Sundance Institute announced today the films selected for the U.S. and World Cinema Dramatic and Documentary Competitions and the out-of-competition NEXT <=> section of the 2013 Sundance Film Festival, January 17-27 in Park City, Salt Lake City, Ogden and Sundance, Utah.

Robert Redford, President & Founder of Sundance Institute said, "Every great film starts with an idea, and it is a testament to artists that they continually find new ideas, new stories, new points of view and new ways of sharing them, year after year. We look forward to hearing from these artists not just through their words and images onscreen but also through the larger dialogue they create with audiences at our Festival and beyond."

John Cooper, Director of the Sundance Film Festival, said, "The films, both documentary and narrative, selected for our 2013 Festival have a particular immediacy and fearlessness to them showing us that independent film is as vibrant, creative and relevant as ever. Filmmakers are telling raw, powerful stories that are sure to create new energy in audiences and communities across the globe in the months to come."

For the 2013 Sundance Film Festival, 119 feature-length films were selected, representing 32 countries and 51 first-time filmmakers, including 27 in competition. These films were selected from 12,146 submissions (429 more than for 2012), including 4,044 feature-length films and 8,102 short films. Of the feature film submissions, 2,070 were from the U.S. and 1,974 were international. 103 feature films at the Festival will be world premieres.

In addition to those announced today, the Festival presents feature-length films in the Spotlight, Park City at Midnight, New Frontier, Premieres and Documentary Premieres sections. Those announcements, as well as selections for the Short Film section, are forthcoming.

On Day One, January 17, 2013, the Festival will screen one narrative film and one documentary from both the U.S. and World Cinema competitions, as well as one shorts program.

A selection of films from the 2013 Festival will also be presented at the second Sundance London film and music festival, April 25-28 at The O2.

Keri Putnam, Executive Director of Sundance Institute, said, "Each year at this time we look forward with great anticipation and excitement to the discovery of new voices at the Sundance Film Festival. The Festival continues to reflect the spirit of innovation and creativity in independent cinema, not only in the stories themselves but also in how the films are produced and making their way to audiences."

U.S. DRAMATIC COMPETITION
The world premieres of 16 American narrative feature films.

OJK OTORITAS JASA KEUANGAN

ASEAN INDONESIA 2023

SP 35/GKPB/OJK/III/2023

SIARAN PERS
OJK DORONG PENINGKATAN KUALITAS PROFESI AUDIT INTERNAL DI INDUSTRI PERBANKAN

Jakarta, 27 Maret 2023. Otoritas Jasa Keuangan (OJK) berkomitmen untuk terus mendorong peningkatan kualitas dan maturitas fungsi Audit Internal di Bidang Perbankan, termasuk pengembangan sumber daya manusia pada profesi Audit Internal.

Demikian disampaikan Ketua Dewan Audit OJK Sophia Wattimena dalam *Courtesy Meeting* dengan Ikatan Auditor Intern Bank (IAIB) di Kantor OJK, Jakarta, Jumat (24/3).

Sophia menyampaikan pentingnya penguatan komunikasi dan koordinasi dengan Satuan Kerja Audit Internal (SKAI) sebagai *third line of defense* di Perusahaan/Perbankan dan penentuan area signifikan serta objek audit berbasis risiko.

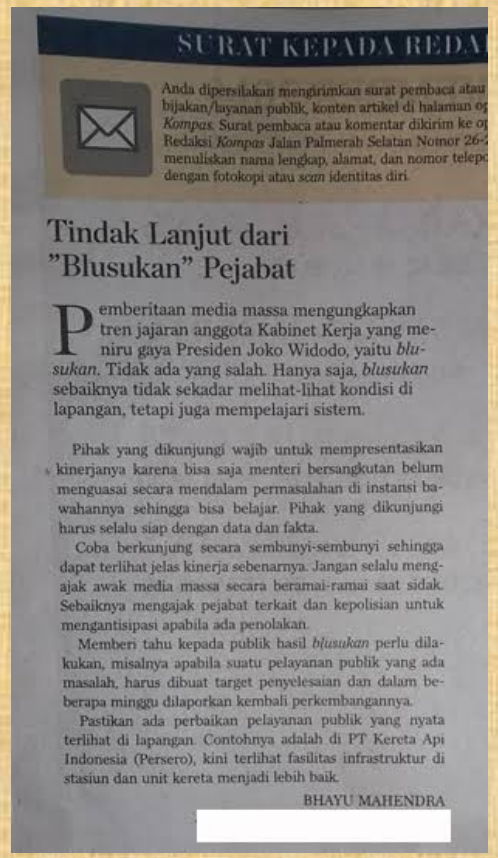
"Pertahanan tiga lapis (*three lines model*) sangat penting terutama bagaimana peran Audit Internal untuk menjaga tata kelola di industri jasa keuangan. Kami juga mendukung inisiatif IAIB yang mulai mengikutsertakan auditor internal di BPD dan BPR/BPRS, serta berharap hal tersebut dapat terus ditingkatkan" kata Sophia.

OJK telah mengeluarkan beberapa peraturan yang mewajibkan dibentuknya SKAI di perbankan yaitu melalui Peraturan OJK (POJK) No.1/POJK.3/2019 tentang Penerapan Fungsi Audit Intern Pada Bank Umum, POJK No. 4/POJK.03/2015 tentang Tata Kelola bagi Bank Perkreditan Rakyat, dan POJK No. 24/POJK.03/2018 tentang Penerapan Tata Kelola bagi Bank Pembiayaan Rakyat Syariah.

Koordinasi antara auditor internal dan regulator, dalam hal ini OJK, perlu terus ditingkatkan. Dengan mengidentifikasi kelemahan pada area berisiko tinggi, auditor internal dapat segera mendorong tindakan mitigasi yang perlu dilakukan. Namun dalam penerapan *risk-based* audit, auditor internal juga harus memperhatikan keseimbangan penerapan aspek *compliance* terhadap regulasi. Selain itu, auditor internal juga diharapkan dapat memastikan validitas data yang disampaikan kepada regulator.

Mengacu pada konsep *'Iceberg of Ignorance'* dari Sidney Yoshida, maka peran auditor internal sangat penting untuk mengomunikasikan permasalahan perusahaan kepada level *Board*. Berkaca dari beberapa kasus kegagalan Bank belakangan di dunia internasional, antara lain disebabkan oleh keterlambatan dalam mengomunikasikan kelemahan secara tepat waktu, mendeteksi *concentration fund*, serta *mismatch* sumber dana jangka pendek dan penempatan jangka panjang. Dengan perkembangan teknologi *data analytics*, auditor internal diharapkan dapat melihat hal tersebut dan menjadi *early warning system* bagi perusahaan dan *Board*.

Ke depan, SKAI sebagai mitra OJK dalam menjaga tata kelola di Industri Jasa Keuangan (IJK) juga diharapkan dapat terus meningkatkan kualitas dan kompetensi SDM-nya untuk mendorong penguatan *cybersecurity* dan penerapan *sustainable finance*. Selain itu, diharapkan SKAI mampu memperkuat integritas sistem keuangan melalui penerapan Sistem Manajemen Anti Penyuapan (SMAP) dan Anti Pencucian Uang dan Pencegahan Pendanaan Terorisme (APU-PPT).



SURAT KEPADA REDA

Anda dipersilakan mengirimkan surat pembaca atau
bijakan/layanan publik, konten artikel di halaman o
Kompas. Surat pembaca atau komentar dikirim ke o
Redaksi *Kompas* Jalan Palmerah Selatan Nomor 26-
menuliskan nama lengkap, alamat, dan nomor telep
dengan fotokopi atau *scan* identitas diri.

Tindak Lanjut dari "Blusukan" Pejabat

Pemberitaan media massa mengungkapkan tren jajaran anggota Kabinet Kerja yang meniru gaya Presiden Joko Widodo, yaitu *blusukan*. Tidak ada yang salah. Hanya saja, *blusukan* sebaiknya tidak sekadar melihat-lihat kondisi di lapangan, tetapi juga mempelajari sistem.

Pihak yang dikunjungi wajib untuk mempresentasikan kinerjanya karena bisa saja menteri bersangkutan belum menguasai secara mendalam permasalahan di instansi bawahannya sehingga bisa belajar. Pihak yang dikunjungi harus selalu siap dengan data dan fakta.

Coba berkunjung secara sembunyi-sembunyi sehingga dapat terlihat jelas kinerja sebenarnya. Jangan selalu mengajak awak media massa secara beramai-ramai saat sidak. Sebaiknya mengajak pejabat terkait dan kepolisian untuk mengantisipasi apabila ada penolakan.

Memberi tahu kepada publik hasil *blusukan* perlu dilakukan, misalnya apabila suatu pelayanan publik yang ada masalah, harus dibuat target penyelesaian dan dalam beberapa minggu dilaporkan kembali perkembangannya.

Pastikan ada perbaikan pelayanan publik yang nyata terlihat di lapangan. Contohnya adalah di PT Kereta Api Indonesia (Persero), kini terlihat fasilitas infrastruktur di stasiun dan unit kereta menjadi lebih baik.

BHAYU MAHENDRA

REDAKSI YTH

Surat untuk Redaksi Yth hendaknya dilengkapi fotokopi KTP/SIM/paspor yang masih berlaku, berikut nomor telepon yang dapat dihubungi. Kompas tidak mengembalikan surat-surat yang diterima.
e-mail: opini@kompas.com dan/atau opini@kompas.co.id

Trauma oleh Patwal Presiden

Sebagai tetangga dekat Pak SBY, hampir saban hari saya menyaksikan arogansi Patroli dan Pengawalan (Patwal) iring-iringan Presiden di jalur Cikeas-Cibubur sampai Tol Jagorawi. Karena itu, saya—juga mayoritas pengguna jalan itu—memilih menghindar dan menjauh bila terdengar sirene Patwal.

Namun, kejadian Jumat (9/7) sekitar pukul 13.00 di Pintu Tol Cililitan (antara Tol Jagorawi dan tol dalam kota) sungguh menyisakan pengalaman traumatik, khususnya bagi anak perempuan saya. Setelah membayar tarif tol dalam kota, terdengar sirene dan hardikan petugas lewat mikrofon untuk segera menyingkir. Saya pun sadar, Pak SBY atau keluarganya akan lewat. Saya dan pengguna jalan lain memperlambat kendaraan, mencari posisi berhenti paling aman.

Tiba-tiba muncul belasan mobil Patwal membuat barisan penutup semua jalur, kira-kira 100 meter setelah Pintu Tol Cililitan. Mobil kami paling depan. Mobil Patwal yang tepat di depan saya dengan isyarat tangan memerintahkan untuk bergerak ke kiri. Secara perlahan, saya membelokkan setir ke kiri.

Namun, muncul perintah lain lewat pelantam suara untuk menepi ke kanan dengan menyebut merek dan tipe mobil saya secara jelas. Saat saya ke kanan, Patwal di depan murka bilang ke kiri. Saya ke kiri, suara dari pelantam membentak ke kanan. Bingung dan panik, saya pun diam menunggu perintah mana yang saya laksanakan.

Patwal di depan turun dan menghajar kap mesin mobil saya dan memukul spion kanan sampai terlipat. Dari mulutnya terdengar ancaman, "Apa mau Anda saya bedil?"

Setelah menepi di sisi paling kiri, polisi itu menghampiri saya. Makian dan umpatan meluncur tanpa memberi saya kesempatan bicara. Melihat putri saya ketakutan, saya akhirnya mendebatnya. Saya jelaskan situasi tadi. Amarahya tak mereda, malah terucap alasan konyol tak masuk akal seperti "dari mana sumber suara *speaker* itu?", atau "mestinya kamu ikuti saya saja", atau "tangan saya sudah mau patah gara-gara memberi tanda ke kiri".

Permintaan saya dipertemukan dengan oknum pemberi perintah dari pelantam tak digubris. Intimidasi hampir 10 menit yang berlangsung tepat di depan Kantor Jasa Marga itu tak mengetuk hati satu pun dari anggota Patwal lain yang menyaksikan kejadian itu. Paling tidak, menunjukkan diri sebagai pelayan pelindung masyarakat.

Karena dialog tak kondusif, saya buka identitas saya sebagai wartawan untuk mencegah oknum melakukan tindak kekerasan. Ia malah melecehkan profesi wartawan dan tak mengakui perbuatannya merusak mobil saya. Identitasnya tertutup rompi. Oknum ini malah mengeluarkan ocehan, "Kami ini tiap hari kepanasan dengan gaji kecil. *Emangnya* saya mau *kerjaan* ini?"

Saat rombongan SBY lewat, ia segera berlari menuju mobil PJR-nya, mengikuti belasan temannya meninggalkan saya dan putri saya yang terbengong-bengong.

Pak SBY yang kami hormati, mohon pindah ke Istana Negara sebagai tempat kediaman resmi presiden. Betapa kami saban hari sengsara setiap Anda dan keluarga keluar dari rumah di Cikeas. Cibubur hanya lancar buat Presiden dan keluarga, tidak untuk kebanyakan warga.

HENDRA NS
Cibubur

Para Ibu Adu Lincah "Melantai"

"Yo lantai ayo, turun ke lantai…
Berdansa bercanda bersantai…
Yo lantai ayo, turun ke lantai…
Bebas bermain di atas lantai…"

FAMILIAR dengan lirik di atas? Ya, itu adalah petikan *jingle* iklan Super Pell yang dibintangi si cantik Ira Wibowo. Iklan yang belakangan wira-wiri di layar kaca itu mempopulerkan tarian baru, yaitu tarian ala Super Pell. Tak sulit untuk menirukan tarian yang dilakukan Ira Wibowo. Para ibu rumah tangga sekalipun bisa dengan mudah mengikuti gerakannya.

Agustus lalu, Super Pell menantang para ibu dan remaja putri Surabaya untuk mempertontonkan kebolehan mereka melakukan tarian ala Super Pell. Acara bertajuk "Melantai Bersama Super Pell" itu dihelat di lima lokasi. Yaitu, Lapangan Balai RW 02 Perum AL, Kenjeran (18/8); Lapangan Balai RW 04 Perum AL, Kenjeran (23/8); Lapangan Balai RW 04 Perum Tropodo Indah (24/8); Lapangan Balai RW 06 Perum Semolowaru Elok (30/8); dan Lapangan Balai RW 04 Perum Rungkut Menanggal Harapan (31/8).

Untuk ikut berpartisipasi dalam acara tersebut, caranya mudah. Peserta cukup membeli Super Pell ukuran 800 ml sebanyak satu buah di booth tempat acara berlangsung. Tersedia enam keharuman eksklusif yang bisa dipilih. Lalu, mereka bisa mendaftarkan tim yang terdiri dari 2-4 orang. Yang perlu dicatat, kompetisi itu tertutup untuk laki-laki. Ya, hanya ibu rumah tangga dan remaja putri yang boleh ikut!

Para peserta memperebutkan hadiah total uang tunai jutaan rupiah plus bingkisan menarik dari Super Pell. Penonton pun ikut kecipratan rezeki. Meski tak ikut berlaga, tapi mereka berkesempatan untuk mendapatkan hadiah langsung setiap pembelian produk Super Pell ukuran 400 ml. Hadiah berupa sikat pel, payung, jam dinding, dan dispenser.

Acara berlangsung saat mentari masih bersinar cukup terik, sekitar pukul 15.00. Namun, hal itu tak mengurangi antusiasme peserta maupun penonton. Mereka rela berbaris dengan rapi, baik untuk melakukan registrasi maupun sekadar berbelanja produk Super Pell.

Sebagai kejutan, Super Pell memboyong Ira Wibowo ke lokasi acara "Melantai Bersama Super Pell". Warga Perum Tropodo Indah yang beruntung bisa melihat dari dekat istri Katon Bagaskara itu. Selain untuk memperagakan langsung tarian ala Super Pell, Ira menjadi anggota tim juri.

Tim yang paling bersemangat, kreatif, paling bisa menirukan tarian ala Super Pell, dan paling didukung *supporter* berhak membawa pulang Rp 500 ribu plus bingkisan dari Super Pell. Sedangkan untuk pemenang kedua dan ketiga, Super Pell menghadiahkan masing-masing Rp 300 ribu dan Rp 200 ribu serta bingkisan.

"Melantai Bersama Super Pell" yang dihelat mulai 12 Juli 2008 berakhir di Surabaya. Rangkaian acara itu juga dilangsungkan di Jabodetabek, Medan, Bandung, Jogjakarta, dan Semarang. **(run/sdv)**

MNC MEDIA

Sumber Informasi Terpercaya

SINDO RADIO

Transformasi Radio Trijaya menjadi SINDO Radio

Jakarta ,12 September 2011 – Salah satu Anak perusahaan PT MNC Radio Networks yaitu Radio Trijaya hari ini resmi berganti nama menjadi SINDO Radio, dan pergantian nama ini juga berlaku di seluruh jaringan (Network) Radio Trijaya di seluruh Indonesia, sehingga selanjutnya Trijaya Network akan menjadi SINDO Radio Network.

Transformasi Brand Trijaya menjadi SINDO Radio ini merupakan keputusan yang sangat positif di tengah kemajuan Industri Media di Indonesia yang semakin kompetitif, kami merasa perlu untuk melakukan perubahan dengan membangun kerjasama antar Media di bawah Group MNC Media yang nantinya akan saling terintegrasi dan bersinergy dengan Koran Seputar Indonesia , Sindo TV (Coming Soon) dan www.sindonews.com. Kekuatan sinergy dari 4 Media ini yang nantinya akan memperkokoh SINDO Radio dengan tagline "Sumber Informasi Terpercaya".

SINDO Radio 104,6 FM (baca : seratus empat koma enam), dalam format siarannya tidak akan meninggalkan format siaran Trijaya sebelumnya, pendengar akan semakin dilengkapi dengan Berita dan penguatan Informasi yang lebih aktual, mendalam dan beragam dari sumber yang kredibel dengan tetap memutarkan lagu terpilih sesuai dengan target pendengarnya usia 25 -50 tahun, SES A,B dan C, setiap hari 24 jam.

Transformasi Trijaya Radio menjadi SINDO Radio, secara resmi diperkenalkan kepada masyarakat luas mulai hari Senin, 12 September 2011 dengan melakukan siaran nasional pengumuman di Media Cetak, TV termasuk Online .

Harapan kami, semoga SINDO Radio di terima oleh masyarakat Indonesia dan dapat memberi andil bagi pembentukan karakter bangsa ini ke depan. Membawa perubahan, memberi pencerahan menuju masyarakat yang adil dan sejahtera.

SINDO RADIO
Sumber Informasi Terpercaya

Salam,
Mevy Mevlana
Public Relations MNC Radio Networks

104.6FM Jakarta | **91.3FM** Bandung | **89.8FM** Semarang | **97.0FM** Yogyakarta | **104.7FM** Surabaya | **97.5FM** Pontianak
104.3FM Banjarmasin | **95.3FM** Manado | **93.9FM** Makasar | **92.4FM** Kendari | **95.1FM** Medan | **104.2FM** Pekan Baru
100.5FM Dumai | **87.6FM** Palembang | **97.2FM** Baturaja | **89.4FM** Lahat | **90.0FM** Lubuk Linggau | **91.2FM** Prabumulih

TULISAN PERIKLANAN

Struktur Iklan

Adapun struktur kalimat iklan biasanya adalah sebagai berikut.

1. Pengenalan produk

Bagian ini dapat pula disebut sebagai judul teks.

2. Pernyataan persuasif

Berisi pernyataan yang mendorong pembaca atau pendengar berbuat sesuatu. Bagian ini biasanya berupa pernyataan tentang kelebihan produk yang ditawarkan.

Untuk lebih memahami kalimat iklan, berikut langkah-langkah menulisnya.

Pertama: tentukan kepada siapa iklan dibuat (siapa sasaran iklan)

Kedua: buat ilustrasi gambar produk.

Ketiga: buat kalimat iklan dengan menyebutkan produk dan kelebihan produk serta kalimat persuasif (ajakan, bujukan, atau dorongan.

Ciri-ciri Bahasa Iklan

Berikut ciri-ciri bahasa iklan:

1. Bersifat imperatif, yakni permintaan, ajakan, dorongan, atau larangan. Adapun kalimat imperatif itu sendiri ditandai oleh kata-kata seperti temukan, rasakan, wujudkan, nyatakan, nikmati, ayo, dan lain-lain.

2. Menggunakan bahasa sederhana, mudah diingat, dan mudah pula dipahami. Kalimat yang panjang, dan berbelit-belit, selalu dihindari dalam iklan. Justru bahasa yang akrab di tengah-tengah khalayak itulah yang sering digunakan untuk kesan positif tentang produk yang ditawarkan.

3. Pilihan kata yang berima dan memiliki banyak persamaan bunyi juga merupakan pilihan penting di dalam bahasa iklan.

Contoh Teks Kalimat Iklan

1. Contoh Kalimat Iklan Produk

Nuvo ciptakan hari anti kuman. Penuhi hak hidup sehat, dan tumbuh kembang anak.

Nuvo family ciptakan generasi sehat Indonesia

2. Contoh Kalimat Iklan Jasa

Rumah Cuci Gendis Tersedia Laundry Ekspress

3. Contoh Kalimat Iklan Layanan Masyarakat

- Ingat demam berdarah, Ingat 3M Plus (menutup tempat penampungan air, menguras tempat penampungan air, mengubur barang bekas, plus menghindari gigitan nyamuk)

4. Contoh Kalimat Iklan Singkat dan Kreatif

- Orang pintar minum tolak angin.

- Apapun makanannya, minumnya tetap teh botol sosro!

- Sekali semprot, wanginya seharian.

- kenyang gak harus mahal. Ini baru burger!

BENER UBI NYA, BENER ENAK NYA
BARU!
GRATIS 25% EKSTRA
Potongan Ubi Madu & Ubi Ungu Asli
lemonilo
CHIMI
KERIPIK UBI
Bebas Gluten
Tinggi Serat
Rasa Karamel Mentega
Tersedia di:
Indomaret
lemonilo
Shopee
tokopedia

KOMINFO
G20 INDONESIA
KPC PEN
KEMENTERIAN KESEHATAN REPUBLIK INDONESIA
unicef
untuk setiap anak
Setelah Vaksinasi COVID-19
TETAP HARUS HATI-HATI
untuk lindungi diri, keluarga, dan orang sekitar dari virus COVID-19
#TetapPakaiMasker
Pastikan ruangan berventilasi baik
Jaga jarak aman dari orang lain
Cuci tangan pakai sabun atau gunakan hand sanitizer
Tutup mulut ketika batuk/bersin dengan siku atau tisu
Kementerian Komunikasi dan Informatika - RI
Sumber: WHO | Olah Visual: 240622/VAC | Info COVID-19: covid19.go.id | s.id/infovaksin (KPCPEN)

KARYA POPULER

- Karya populer adalah karya yang ditampilkan dengan mempergunakan bahasa umum yang mudah dipahami oleh masyarakat. Selain itu juga menggunakan *layout* yang menarik sehingga masyarakat akan lebih tertarik membacanya.
- Teks populer pada umunya digunakan sebagai media persuasi yang mampu mempengaruhi lingkungan sosial seseorang melalui tulisan. Apalagi dengan gaya bahasa yang mudah dipahami masyarakat inilah karya ilmiah populer biasanya banyak dibuat dengan cara menyadur dari tulisan orang lain.

Jenis Karya Populer

- Terdapat tiga jenis penyajian teks populer, yaitu:
- Penyajian secara deksriptif, yaitu penyajian teks populer yang menyajikan kumpulan fakta tanpa mengemukakan jalannya proses tersebut. Misalnya yaitu penjelasan mengenai berbagai jenis tanaman hias.
- Kemudian masih secara deskriptif namun dengan disertai proses penjelasannya. Misalnya tulisan tentang perkembangbiakan lumba-lumba.
- Penjelasan secara deskriptif dengan memperlengkap penjelasan mengenai proses terjadinya. Misalnya cara perkembangbiakan lumba-lumba dan cara pelestarinnya di laut.

RETORIKA MODERN

Retorika modern adalah gabungan yang serasi antara pengetahuan, pikiran, kesenian, dan berbicara. Dalam bahasa percakapan atau bahasa populer, Retorika berarti pada tempat yang tepat, pada waktu yang tepat, atas cara yang lebih efektif, mengucapkan kata-kata yang tepat, benar dan mengesankan.

Prinsip-prinsip dasar retorika modern:

1. Menguasai banyak kosa kata bahasa
2. Menguasai kaidah-kaidah tata bahasa, meliputi fonologi, morfologi dan sintaksis.
3. Mengenal dan menguasai bermacam gaya bahasa
4. Memiliki kemampuan penalaran yang baik
5. Menguasai ketentuan-ketentuan teknik penyusunan komposisi tulisan seperti cara pengutipan

Komposisi dalam retorika modern akan meliputi bentuk karangan yang disebut: eksposisi, argumentasi, deskripsi, dan narasi.

- Eksposisi adalah suatu bentuk retorika yang tujuannya adalah memperluas pengetahuan pembaca, agar pembaca tahu mengenai apa yang diuraikan.
- Argumentasi merupakan teknik untuk berusaha mengubah dan mempengaruhi sikap pembaca.
- Deskripsi menggambarkan obyek uraian sedemikian rupa sehingga barang atau hal tersebut seolah-olah berada di depan mata pembaca.
- Narasi merupakan teknik retorika untuk mengisahkan kejadian –kejadian yang ingin disampaikan penulis sedemikian rupa, sehingga pembaca merasakan seolah-olah ia sendiri yang mengalami peristiwa tersebut.

TUGAS UAS

- Buat sebuah video Youtube
- Durasi maksimal 3 menit
- Diunggah di akun Youtube pribadi
- Tema bebas asal tidak menyinggung SARA
- Dikumpul berupa link pada 9 Juni 2022
- Link dikumpul pada komting